

Progetto User Test

Alessandro Gurnari

1

Riepilogo

Nel progetto precedente di *User Interface* dedicato alla progettazione dell'interfaccia utente, ho lavorato alla definizione dello stile visivo del sito EcoDream, brand di borse sostenibili.

A partire dai wireframe ad alta fedeltà, ho sviluppato una UI coerente con i valori del brand, definendo colori, tipografia e componenti visive sia per desktop che per mobile.

Il lavoro si è concluso con la realizzazione di un prototipo interattivo, utile per simulare il percorso dell'utente e per impostare il test descritto nelle prossime slide.

FASI DEL PROGETTO

Fase 1: ho selezionato la metodologia più adatta per valutare l'esperienza di navigazione e l'efficacia dell'interfaccia progettata

Fase 2: ho definito gli obiettivi del test e individuato un target in linea con il pubblico di riferimento del brand

Fase 3: ho pianificato il recruiting attraverso contatti personali e canali social, con l'obiettivo di coinvolgere da 3 a 8 partecipanti

Fase 4: ho redatto uno script dettagliato con introduzione, istruzioni e task, per guidare i partecipanti durante il test

Fase 5: ho condiviso un prototipo navigabile, predisposto per essere testato dagli utenti coinvolti

Introduzione al test

In questa fase del progetto mi sono concentrato sulla preparazione di un test utente, con l'obiettivo di valutare l'esperienza di navigazione e il percorso d'acquisto all'interno del sito EcoDream Design.

Il focus è capire quanto sia semplice e intuitivo per un utente, partendo dalla homepage, trovare un prodotto, aggiungerlo al carrello e arrivare al checkout.

Questo passaggio rappresenta un momento chiave del processo di progettazione: attraverso il test sarà possibile raccogliere dati reali sulle interazioni, individuare eventuali criticità e definire aree di miglioramento per garantire un'esperienza d'acquisto più fluida ed efficace.

Obiettivi, target e metodologia

Il test ha l'obiettivo di valutare l'efficacia e la facilità d'uso del percorso utente all'interno del prototipo, analizzando quanto risulti semplice completare l'acquisto di una borsa partendo dalla home.

Ho scelto di condurre un *test di usabilità non moderato*, in cui gli utenti hanno svolto i task in autonomia e senza la presenza del ricercatore. Questo approccio è stato adottato per rendere l'esperienza più naturale e meno influenzata da fattori esterni, raccogliendo dati in modo spontaneo e realistico.

Poiché la maggior parte degli utenti oggi naviga da dispositivi mobili, è stata testata la versione mobile del prototipo, con l'obiettivo di verificare che il flusso d'acquisto risulti fluido e intuitivo su smartphone.

Il target selezionato comprende utenti potenzialmente interessati all'acquisto di borse, così da garantire la rilevanza del test e l'attendibilità dei risultati.

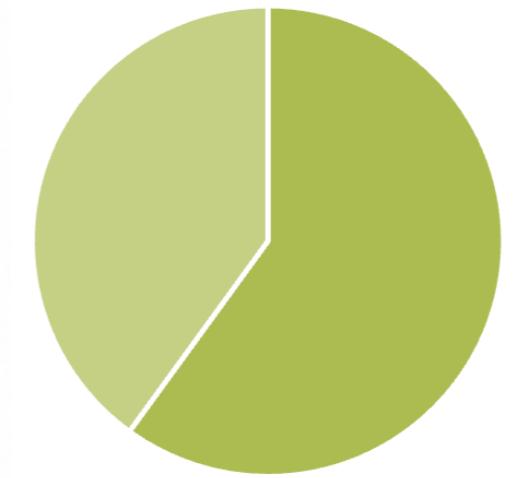
Criteri di selezione

Per questo test di usabilità ho coinvolto 5 partecipanti, un numero compreso nel range previsto (3-8 utenti).

Il gruppo era composto da 3 donne e 2 uomini, selezionati in base alla prossimità con il target del brand: utenti tra i 25 e i 40 anni, con buona familiarità con la navigazione mobile e abitudini d'acquisto online nel settore moda e accessori.

I partecipanti sono stati reclutati principalmente attraverso il canale Discord del corso, privilegiando la diversità di esperienza d'uso per raccogliere feedback da profili differenti ma realistici.

Questa scelta ha permesso di osservare comportamenti rappresentativi e ottenere indicazioni utili per migliorare l'esperienza utente complessiva.



60%
Donna
40%
Uomo

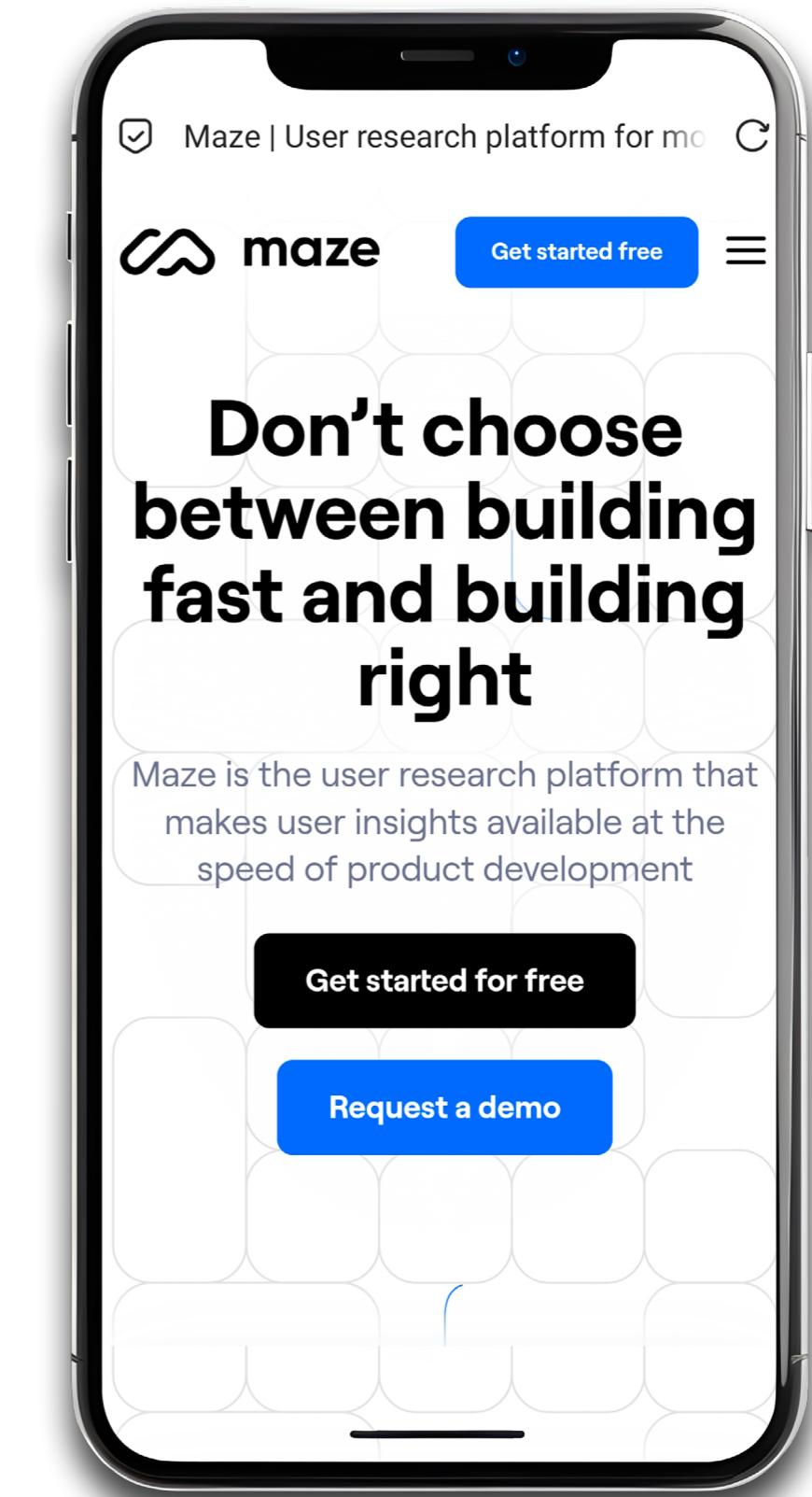
5 Partecipanti
25-40 anni
Discord
Test di usabilità

Somministrazione del test

Il test è stato condotto tramite la piattaforma Maze, che ha permesso di impostare il percorso di navigazione e di raccogliere i dati in modo strutturato.

Per rendere lo scenario realistico, ho preparato uno script basato sull'acquisto di una borsa partendo dalla homepage, così da simulare un'esperienza vicina a quella di un utente reale.

Maze ha consentito di raccogliere sia dati quantitativi (tempi, click, tassi di completamento) sia dati qualitativi (feedback aperti), offrendo una visione completa sull'efficacia e sulla fluidità del flusso di acquisto.



Struttura del test

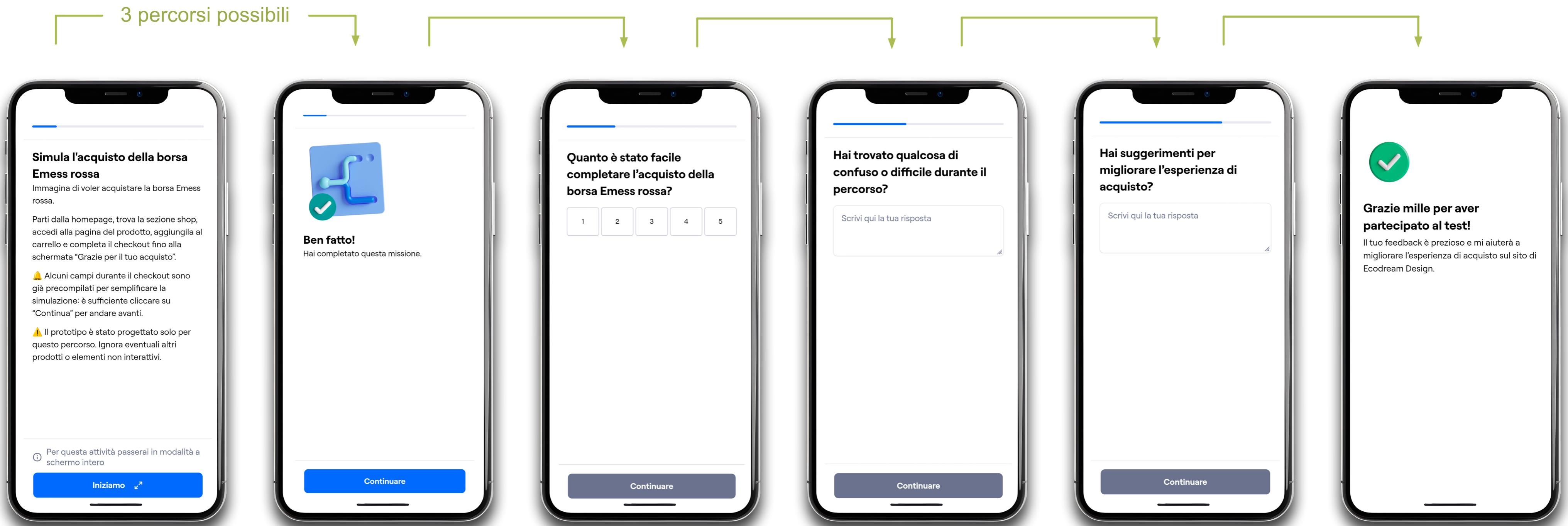
Il test di usabilità è stato strutturato in due momenti principali:

- *task pratico*: i partecipanti hanno simulato l'acquisto di una borsa a partire dalla home page, seguendo il percorso fino al checkout
- *feedback qualitativo*: al termine, è stato chiesto di rispondere a brevi domande aperte per raccogliere impressioni sull'esperienza, sulla chiarezza dei passaggi e sulle eventuali difficoltà incontrate



Schermate del test

Nelle schermate seguenti è mostrato il prototipo mobile utilizzato per il test.
Gli utenti hanno interagito con queste interfacce durante la simulazione del percorso di acquisto.



Link del progetto

Di seguito è allegato il link al test utente realizzato su Maze.
Attraverso questo link è possibile visualizzare le schermate del prototipo mobile e ripercorrere i task impostati, simulando il percorso di acquisto.
Questo consente di valutare in maniera diretta l'efficacia e l'intuitività dell'esperienza di navigazione.

Link: <https://t.maze.co/417716632>

Grazie per l'attenzione

email: alessandro.gurnari111298@gmail.com